

DEUTSCHES
INSTITUT FÜR
SPORT
MARKETING

Gerd Nufer & André Bühler

Warum Sponsoren in Bildung und
nicht nur in Banden investieren sollten

NACHSPIELZEIT

die Schriftenreihe des Deutschen Instituts für Sportmarketing

herausgegeben von
Gerd Nufer & André Bühler

Nr. 2019 – 1

Autoren



Prof. Dr. Gerd Nufer

Direktor Deutsches Institut für Sportmarketing
Alteburgstr. 150
72762 Reutlingen
Telefon: 07121 / 1363702
Telefax: 07121 / 271906011
E-Mail: gerd.nufer@sportmarketing-institut.de

Gerd Nufer ist Professor für Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing, Sportmanagement und Handel an der ESB Business School der Hochschule Reutlingen. Er erhielt bereits mehrere Auszeichnungen für seine Forschung und Lehre.



Prof. Dr. André Bühler

Direktor Deutsches Institut für Sportmarketing
Neckarsteige 6-10
72622 Nürtingen
Telefon: 07022 / 201329
E-Mail: andre.buehler@sportmarketing-institut.de

André Bühler ist Professor für Marketing an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen.

Gerd Nufer und André Bühler leiten gemeinsam das Deutsche Institut für Sportmarketing. Das DISM bietet auf wissenschaftlicher, unabhängiger und professioneller Basis Beratungs- und Weiterbildungsangebote für Sportvereine, Sportverbände, Sportsponsoren sowie sonstige Stakeholder des Sportbusiness zu allen Themenbereichen des Sportmarketing:

www.sportmarketing-institut.de

Abstract

Die meisten Manager-Jobs im Bundesliga-Fußball gehen an ehemalige Spieler. Also an Männer, die ihr Leben früh dem Fußball gewidmet und auf eine spezifische Sportmanagement-Ausbildung verzichtet haben. Bei den Vereinen findet heute ein Umdenken statt – ein erster Club bietet durch ein Konzept ganz neue Möglichkeiten: Der VfB Stuttgart hat mit der "VfB Stuttgart Akademie" ein regionales Netzwerk für Bildung geschaffen, das in Deutschland einzigartig ist.

Das Flaggschiff der VfB Stuttgart Akademie ist der sogenannte "VfB-Master", ein berufs begleitendes Masterstudium namens "MBA Leadership and Sports Management", das eigens für die VfB Stuttgart Akademie von der HfWU Nürtingen-Geislingen und dem Deutschen Institut für Sportmarketing in enger Abstimmung mit dem VfB Stuttgart maßgeschneidert entwickelt wurde und das die beiden Themen Sport und Wirtschaft auf außergewöhnliche Art und Weise miteinander verknüpft.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	I
1. Auslöser	1
2. Analyse.....	1
3. Erkenntnisse.....	2
4. Investition in Bildung	3
5. Die VfB Stuttgart Akademie.....	3
6. Der "VfB-Master": MBA Leadership and Sports Management.....	5
7. Fazit und Ausblick.....	7
Literaturverzeichnis.....	8

1. Auslöser

Vor ziemlich genau einem Jahr gab Torjäger **Nils Petersen** vom Bundesligisten SC Freiburg FOCUS ein Interview, das hohe Wellen schlug.¹ Petersen gestand: "Die Fußballbranche ist oberflächlich und wir Fußballer sind nicht so belesen. Manchmal schäme ich mich, weil ich so wenig Wissen von der Welt besitze." Nils Petersen ärgerte sich bemerkenswert selbstkritisch über seine **mangelnde Bildung**. Der Stürmer wäre gerne schlauer und gebildeter. Die Zuschauer auf den Stadiontribünen im Freiburger Stadion seien insgesamt wohl intellektueller und schlauer als er, fügte er hinzu. "Ich habe nichts gelernt, keine Ausbildung gemacht, die anderen Leute können wahrscheinlich viel mehr als ich. Salopp gesprochen, verblöde ich seit zehn Jahren, halte mich aber über Wasser, weil ich ganz gut kicken kann."

Wir haben dieses Interview damals schmunzelnd zur Kenntnis genommen und Nils Petersen reflexartig mit Augenzwinkern geantwortet: "Sie kann geholfen werden, Her Peterson! Ganz im Ernst: Wir bieten u.a. Weiterbildung für Sportler und Sportinteressierte. Zu Sport und Wirtschaft: Deutsches Institut für Sportmarketing."

2. Analyse

Mit etwas zeitlichem Abstand nehmen wir die Aussagen von Nils Petersen aus der wissenschaftlichen Perspektive genauer unter die Lupe: Wir haben exemplarisch (nicht für Spieler wie Petersen, sondern) für die **Manager der 18 Vereine der Fußball-Bundesliga** recherchiert, welche **Bildungsabschlüsse** deren Sportvorstände bzw. Sportdirektoren vorzuweisen haben (vgl. Abbildung 1 – Reihenfolge der Vereine gemäß Tabellenplatz nach Abschluss der Hinrunde der Saison 2018/19, ohne Anspruch auf Vollständigkeit).²

¹ Vgl. o.V. (2017), o.S.

² Vgl. Nufer (2019), o.S.


Verein	Sportvorstand bzw. Sportdirektor	Bildung
 Borussia Dortmund	Michael Zorc	Studium Wirtschaftswissenschaften (abgebrochen)
 Bayern München	Hasan Salihamidzic	-
 Borussia Mönchengladbach	Max Eberl	Weiterbildung Sportfachwirt
 RB Leipzig	Ralf Rangnick	Studium Lehramt Sport und Englisch
 VfL Wolfsburg	Jörg Schmadtke	Studium Betriebswirtschaftslehre (abgebrochen)
 Eintracht Frankfurt	Fredi Bobic	Weiterbildung Fußballmanagement
 TSG Hoffenheim	Alexander Rosen	Zertifikat Sportökonomie
 Hertha BSC	Michael Preetz	Fernlehrgang Sportmanagement
 Bayer 04 Leverkusen	Rudi Völler	Ausbildung Bürokaufmann
 Werder Bremen	Frank Baumann	Sportfachwirt
 SC Freiburg	Jochen Saier	Studium Sportökonomie
 1. FSV Mainz 05	Rouven Schröder	Studium Lehramt (abgebrochen)
 FC Schalke 04	Christian Heidel	Bankausbildung
 Fortuna Düsseldorf	Lutz Pfannenstiel	-
 FC Augsburg	Stefan Reuter	-
 VfB Stuttgart	Michael Reschke	Studium Sport
 Hannover 96	Horst Heldt	Ausbildung Kfz-Mechaniker
 1. FC Nürnberg	Andreas Bornemann	Studium Betriebswirtschaftslehre

Abbildung 1: Bildung der Manager der Fußball-Bundesliga

Quellen: Webseiten der Vereine, Wikipedia-Profile der Personen

3. Erkenntnisse

Offensichtlich ist: Bei weitem nicht alle Sportmanager der Fußball-Bundesliga haben eine einschlägige Ausbildung, die sie für ihren Job hinreichend qualifizieren würde. In vielen Fällen scheint es vielmehr die **erfolgreiche sportliche Vergangenheit als Spieler** (oder ein anderer Grund) zu sein, der die Betroffenen in ihre exponierte aktuelle Position gebracht hat.

Das Erfreuliche: Nicht wenige von ihnen scheinen für sich irgendwann zu einer ähnlichen Erkenntnis gekommen zu sein wie Nils Petersen und haben sich nach ihrer aktiven Spielerkarriere mehr oder minder umfangreich **im Sportmanagement weitergebildet**.

4. Investition in Bildung

Während die **grundständige Ausbildung im Sportmanagement** (Bachelor-Studiengänge mit Vollzeit-Studium) in Deutschland umfangreich und ausdifferenziert vorhanden ist, zieht nun auch der zugehörige **Weiterbildungsmarkt** (berufsbegleitende Master-Studiengänge und Zertifikatslehrgänge) nach: Vereine wie etwa der VfL Wolfsburg, Greuther Fürth oder der FC Bayern München sind inzwischen Kooperationen mit Bildungsanbietern eingegangen und bieten Weiterbildungslehrgänge zum Fußballmanager, Sportmarketer o.ä. an. Die Marktlücke ist erkannt.

5. Die VfB Stuttgart Akademie

Am weitesten in Sachen Aus- und Weiterbildung ist jedoch ein Verein, der schon immer für seine gute Ausbildung – allerdings vornehmlich im sportlichen Bereich – bekannt war: Anfang Dezember 2018 stellte der VfB Stuttgart seine neu geschaffene "**VfB Stuttgart Akademie**" vor.³ Dabei handelt es sich um ein regionales **Netzwerk für Bildung**, das in Deutschland einzigartig ist. Mit von der Partie sind große Arbeitgeber der Region sowie erfahrene Bildungseinrichtungen. Die VfB Stuttgart Akademie bietet Profi- und Nachwuchssportlern sowie allen an Bildungs- und Weiterbildungsangeboten Interessierten vielfältige Möglichkeiten zur beruflichen Orientierung, Ausbildung bis hin zum berufsbegleitenden Studium.

Einer der **Hauptförderer** des Projekts ist die **Allianz**. Das Unternehmen hat sich bewusst dafür entschieden, als Sponsor des VfB Stuttgart nicht nur als einer von vielen Werbern auf den Banden rund um das Spielfeld präsent zu sein, sondern vielmehr in Bildung zu investieren, denn

³ Vgl. VfB Stuttgart (2018), o.S.

ein ganz wichtiger Baustein der Zukunftsvorsorge für junge Menschen ist eine solide Ausbildung. Mit Blick auf die Tatsache, dass gerade einmal 2 bis 3 Prozent der Nachwuchsspieler den Sprung in eine Profikarriere schaffen, hat sich der VfB Stuttgart zum Ziel gesetzt, Leistungssport und berufliche Ausbildung und Weiterbildung kompatibel zu machen.

Der VfB möchte aber nicht nur seine **eigenen Fußballspieler** an dem neuen Netzwerk für Bildung teilhaben lassen. Das Angebot richtet sich auch an **eigene Mitarbeiter im administrativen Bereich**, an **Sportler anderer Sportarten und anderer Vereine**, an die **Mitarbeiter seiner Sponsoren** und vor allem an **interessierte Dritte, die sich unter dem Dach der VfB Stuttgart Akademie weiterbilden möchten**.



Abbildung 2: Der VfB Stuttgart stellte im Dezember 2018 seine neue Akademie vor

6. Der "VfB-Master": MBA Leadership and Sports Management

Das Flaggschiff der Bildungsangebote der VfB Stuttgart Akademie ist der sogenannte "**VfB-Master**", ein berufsbegleitendes Masterstudium namens "**MBA Leadership and Sports Management**", das eigens für die VfB Stuttgart Akademie von der HfWU Nürtingen-Geislingen und dem Deutschen Institut für Sportmarketing in enger Abstimmung mit dem VfB Stuttgart maßgeschneidert entwickelt wurde und das die beiden Themen Sport und Wirtschaft auf außergewöhnliche Art und Weise miteinander verknüpft: Der Sport kann viel von der Wirtschaft lernen, umgekehrt genauso die Wirtschaft vom Sport.⁴

Dieses hochattraktive MBA-Programm fungiert somit nicht nur als Türöffner zum Sportbusiness, sondern qualifiziert die Teilnehmer auch für höhere Führungsaufgaben im Management. Berufsbegleitend in nur **40 Präsenztagen** innerhalb von **vier Semestern** erwerben die Teilnehmer den international anerkannten Abschluss **Master of Business Administration (MBA)** mit **120 ECTS**. Die MBA-Teilnehmer können sich in den einzelnen Modulen auf renommierte Professoren, anerkannte Experten und hochrangige Vertreter des VfB Stuttgart sowie seiner Partner freuen. Lehrveranstaltungen finden sowohl an der HfWU Nürtingen als auch direkt beim VfB, in der Mercedes-Benz-Arena oder bei VfB-Sponsoren statt.

Aufgrund der qualitativ hochwertigen Inhalte und seiner flexiblen Ausgestaltung richtet sich der MBA Leadership and Sports Management an folgende **Zielgruppen**:

- (Nachwuchs)Führungskräfte, die gerne ihre Persönlichkeit stärken und die nächste Karrierestufe erklimmen wollen,
- Leistungssportler, die nach ihrer sportlichen Karriere Führungspositionen im Sportbusiness und der freien Wirtschaft anstreben,
- Sportinteressierte, die gerne Karriere im Sportbusiness machen möchten und
- alle, die für ihren weiteren Karriereweg profunde Führungsfähigkeiten und betriebswirtschaftliches Know-How benötigen.

Der MBA Leadership and Sports Management basiert auf einem **einzigartigen Curriculum**, das sowohl die relevanten Grundlagenfächer als auch Trendthemen des Leadership and Sports Management sowie Aspekte der Persönlichkeitsentwicklung in sich vereint. Die 14 Module des

⁴ Vgl. HfWU Nürtingen-Geislingen (2018), o.S.

berufsbegleitenden MBA-Programms werden an insgesamt 40 Präsenztage in den ersten drei Semestern angeboten. Die Masterarbeit im vierten Semester kann dann ortsunabhängig und ohne weitere Präsenztage geschrieben werden. Durch hohe Freiheitsgrade und flexible Handhabung der Prüfungsleistungen ist der VfB-Master sowohl für Berufstätige als auch für Hochleistungssportler gut zu absolvieren. Der MBA Leadership and Sports Management umfasst folgende **Inhalte** (vgl. Abbildung 3):

- **General Management:** Grundlagen und Trends der Betriebswirtschaftslehre.
- **Sportmanagement:** Grundlagen und Trends der Sportökonomie.
- **Leadership Skills:** Relevante Soft Skills für Führungskräfte.
- **Interdisciplinary Skills:** Wertvolle Einblicke über den Tellerrand hinaus.
- **Projektbasiertes Lernen:** Enge Verzahnung von Studium und Berufspraxis.



VfB STUTTGART
AKADEMIE

Der **VfB-Master: MBA Leadership and Sports Management**
an der **HfWU Nürtingen-Geislingen**

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Grundlagen des Sportbusiness <ul style="list-style-type: none">▪ 6 ECTS, 2 Präsenztage▪ Inhalt: Einführungsveranstaltung MBA, Einführung Sportökonomie, Akteure und Besonderheiten des Sportbusiness	Sportmanagement <ul style="list-style-type: none">▪ 5 ECTS, 2 Präsenztage▪ Inhalt: Grundlagen des modernen Sportmanagements	Trendthemen im General Management & Sportmanagement I <ul style="list-style-type: none">▪ 5 ECTS, 5 Präsenztage▪ Trendthemen General Management: Digitalisierung; Corporate Social Responsibility; Interkulturelles Management▪ Trendthemen Sportmanagement: Social Media Marketing und Neuromarketing; Internationalisierung und E-Sports	Masterarbeit <ul style="list-style-type: none">▪ 30 ECTS▪ Vorbereitungsseminar zur Masterarbeit (1 Präsenztage)▪ Anfertigung der Masterarbeit zu einem Thema aus den Bereichen General Management, Sportmanagement oder Leadership (die Bearbeitungszeit beträgt vier Monate)
Grundlagen des General Management <ul style="list-style-type: none">▪ 6 ECTS, 8 Präsenztage▪ Inhalt: Rechnungswesen, Finanzierung und Controlling; Marketing Management; Human Resource Management; Organisation und Change Management	Sportmarketing <ul style="list-style-type: none">▪ 5 ECTS, 2 Präsenztage▪ Inhalt: Grundlagen des modernen Sportmarketings & Sportsponsorings	Trendthemen im General Management & Sportmanagement I <ul style="list-style-type: none">▪ 5 ECTS, 5 Präsenztage▪ Trendthemen General Management: Dienstleistungsmanagement; Gesundheitsmanagement▪ Trendthemen Sportmanagement: Guerilla und Ambush Marketing; Ethik und Nachhaltigkeit; Sport und Medien	
Ökonomie & Recht <ul style="list-style-type: none">▪ 6 ECTS, 4 Präsenztage▪ Inhalt: Mikro- und Makroökonomie; Wirtschafts-, Sport- und Vereinsrecht	Strategische Unternehmensführung <ul style="list-style-type: none">▪ 5 ECTS, 2 Präsenztage▪ Inhalt: Konzepte und Modelle der strategischen Unternehmensführung	Business Research Methods <ul style="list-style-type: none">▪ 5 ECTS, 2 Präsenztage▪ Inhalt: Marktforschung und Consulting	
Leadership Skills <ul style="list-style-type: none">▪ 6 ECTS, 6 Präsenztage▪ Inhalt: Persönlichkeits- und Teamtraining (1. Sem.); Verhandlungsführung (2. Sem.) Präsentation und Moderation (3. Sem.)			
Projektmanagement <ul style="list-style-type: none">▪ 10 ECTS, 1 Präsenztag▪ Inhalt: Einführung in das Projektmanagement	Excellence in Leadership & Sports Management <ul style="list-style-type: none">▪ 6 ECTS, flexible zeitliche Gestaltung▪ Exklusive Gastvorträge, Kamingespräche, Eventbesuche und Exkursionen		
Praxisprojekt im Sportmarketing <ul style="list-style-type: none">▪ 20 ECTS, keine Präsenztage▪ Anfertigung einer Projektarbeit zu einem praxisrelevanten Thema aus den Bereichen General Management, Sportmanagement oder Leadership			
General Management	Sportmanagement	Leadership Skills	Interdisciplinary Skills
Projektbasiertes Lernen			

Abbildung 3: Aufbau und Inhalte des MBA Leadership and Sports Management

Quelle: HfWU Nürtingen-Geislingen (2018), o.S.

Die Absolventen des MBA Leadership and Sports Management werden für folgende **Berufsfelder** qualifiziert:

- Führungsaufgaben in allen Branchen durch Fachwissen im General Management,
- Typische Unternehmensbereiche: Marketing, Vertrieb, Produktmanagement, Projektmanagement, Consulting, Key Account Management, Geschäftsführung,
- Sportsponsoring-Management von (sportnahen oder sportfernen) Unternehmen,
- Sportbranche: Profi-Sport, Sportverbände und -vereine, Sportartikelindustrie, Sportfachhandel, Sport-Ligen und -Events, Sportstätten und Multifunktionshallen, Gesundheitssporteinrichtungen/Fitnessstudios/Rehazentren, Sportvermarktungs-Agenturen, Sport-Unternehmensberatungen,
- Gründung eines eigenen (sportnahen oder sportfernen) Unternehmens.

7. Fazit und Ausblick

Der VfB Stuttgart ist die erste professionelle Sportorganisation im europäischen Spitzensport, die sich explizit dem Thema Bildung verschreibt und somit der **first mover** in diesem Marktsegment. Unsere Prognose lautet, dass das Konzept der VfB Stuttgart Akademie in der Bundesliga rasant Nachahmer finden wird, denn folgende **win-win-win-Situation** ist sehr realistisch: Die Zukunftsperspektive für Sportler wird durch die Möglichkeit, beruflich zweigleisig zu fahren, fundamental verbessert. Sponsoren und involvierte Unternehmen erhalten hochmotivierte und leistungsorientierte Mitarbeiter. Fans, die sich in Kooperation mit dem Verein berufsbegleitend weiterbilden, werden noch enger an die Vereinsmarke gebunden.

Fazit: Nils Petersen hatte Recht – es musste etwas getan werden. Ausblick: Der "Fall Petersen" wird sich damit in Zukunft hoffentlich deutlich seltener wiederholen.

Literaturverzeichnis

Bühler, André / Nufer, Gerd (2010): Relationship Marketing in Sports, London.

Bühler, André / Nufer, Gerd (Hrsg.) (2014): International Sports Marketing. Principles and Perspectives, Berlin.

HfWU Nürtingen-Geislingen (2018): Berufsbegleitendes Studienprogramm MBA Leadership and Sports Management, <https://www.hfwu.de/weiterbildung/bachelor-master-mba/externenprogramme/masterprogramme/lx> (Verfügbarkeitsdatum: 07.12.2018, Zugriffsdatum: 28.12.2018).

Nufer, Gerd (2002): Wirkungen von Sportsponsoring. Empirische Analyse am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft 1998 in Frankreich unter besonderer Berücksichtigung von Erinnerungswirkungen bei jugendlichen Rezipienten, Berlin.

Nufer, Gerd (2012): Event-Marketing und -Management. Grundlagen – Planung – Wirkungen – Weiterentwicklungen, 4. Aufl., Wiesbaden.

Nufer, Gerd (2013): Ambush Marketing in Sports. Theory and Practice, London/New York.

Nufer, Gerd (2018): Ambush Marketing im Sport. Grundlagen – Best Practice – Evaluation, 2. Aufl., Berlin.

Nufer, Gerd (2019): Ausbildung als Lockmittel? Wie Bundesliga-Vereine künftig um Profis werben, in: Focus online, https://www.focus.de/sport/experten/nufer/marktluecke-erkannt-ausbildung-als-neues-lockmittel-wie-bundesliga-vereine-kuenftig-um-profis-werben_id_10143249.html (Verfügbarkeitsdatum: 04.01.2019, Zugriffsdatum: 04.01.2019).

Nufer, Gerd / Bühler, André (Hrsg.) (2012): Management im Sport. Betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anwendungen der modernen Sportökonomie, 3. Aufl., Berlin.

Nufer, Gerd / Bühler, André (Hrsg.) (2013): Marketing im Sport. Grundlagen und Trends des modernen Sportmarketing, 3. Aufl., Berlin.

Nufer, Gerd / Bühler, André (2015): Event-Marketing in Sport und Kultur. Konzepte – Fallbeispiele – Trends, Berlin.

- O.V. (2017):** Freiburg-Stürmer Petersen schämt sich für mangelnde Bildung, in: Focus online, https://www.focus.de/sport/videos/bundesliga-angreifer-selbstkritisch-erfrischend-ehrlich-freiburg-stuermer-petersen-schaemt-sich-fuer-mangelnde-bildung_id_7955588.html (Verfügbarkeitsdatum: 08.12.2017, Zugriffsdatum: 28.12.2018).
- VfB Stuttgart (2018):** Die VfB Stuttgart Akademie, <https://www.vfb.de/de/1893/akademie/vfb-akademie> (Verfügbarkeitsdatum: 07.12.2018, Zugriffsdatum: 28.12.2018).

Impressum

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SPORT MARKETING

NACHSPIELZEIT –
die Schriftenreihe des Deutschen Instituts für Sportmarketing

herausgegeben von
Gerd Nufer & André Bühler

Verlag:

Deutsches Institut für Sportmarketing
Alteburgstr. 150
72762 Reutlingen
Telefon: 07121 / 1363702
E-mail: publikationen@sportmarketing-institut.de

Website: <http://www.sportmarketing-institut.de>
Facebook: <http://www.facebook.com/sportmarketinginstitut>
Twitter: <http://www.twitter.com/sportmarketing>
XING: <http://www.xing.com/net/sportmarketing>

Herausgeber:

Prof. Dr. Gerd Nufer
Hochschule Reutlingen
ESB Business School
Alteburgstr. 150
72762 Reutlingen
Telefon: 07121 / 271-6011
E-mail: gerd.nufer@sportmarketing-institut.de

Prof. Dr. André Bühler
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen
Neckarsteige 6-10
72622 Nürtingen
Telefon: 07022 / 201329
E-mail: andre.buehler@sportmarketing-institut.de

NACHSPIELZEIT – die Schriftenreihe des Deutschen Instituts für Sportmarketing:

Die Schriftenreihe fasst Arbeiten zum Sportmarketing und Sportmanagement zusammen, um den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis zu intensivieren. Sie steht sowohl dem wissenschaftlichen Nachwuchs als auch etablierten Forschern und Praktikern offen, die innovative Beiträge zum Sportmarketing und Sportmanagement veröffentlichen möchten. Wenn Sie Interesse an der Veröffentlichung eines eigenen Beitrages haben, können Sie über die oben angegebene Adresse Kontakt mit uns aufnehmen.

ISSN (print): 2195-8793
ISSN (online): 2196-0372

Bisher in dieser Reihe erschienen

- 2013 – 1** *Gerd Nufer, Katrin Mangold & André Bühler:*
Die Olympischen Trittbrettfahrer –
Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zum Ambush Marketing
bei den Olympischen Sommerspielen 2012
- 2013 – 2** *André Bühler, Jens Uwe Balzer & Marco Thomas Leibbrand:*
Social Media im Profisport –
Ein empirischer Vergleich der Social-Media-Auftritte von professionellen und
semiprofessionellen Fußball-Vereinen während der Endphase der Saison
2012/2013
- 2013 – 3** *André Bühler, Thorsten Scheuermann & Gerd Nufer:*
Markentypen im deutschen Profisport –
Ergebnisse eines empirischen Forschungsprojekts zur Markenwahrnehmung
in den deutschen Teamsportligen
- 2014 – 1** *Gerd Nufer & Maximilian Vogt:*
Marketing mit Facebook
- 2014 – 2** *Gerd Nufer:*
Bruno Banani: Olympiaheld in Sotchi durch Ambush Marketing
- 2014 – 3** *Gerd Nufer:*
Der Fall Uli Hoeneß – Ergebnisse einer Online-Befragung
- 2014 – 4** *Gerd Nufer:*
Vom Kult zur Masse: Wie Red Bull sein Image wechselt
- 2014 – 5** *Gerd Nufer:*
Adidas gegen Nike: Die Materialschlacht der WM-Ausrüster
- 2014 – 6** *Gerd Nufer:*
Deutschland ist Fußball-Weltmeister – und adidas erst Recht
- 2014 – 7** *Gerd Nufer:*
Die Megatrends und Sport und Gesundheit

- 2015 – 1** *Gerd Nufer:*
Warum der FIFA bisherige Sponsoren weg- und neue zulaufen
- 2015 – 2** *Gerd Nufer:*
Wie Erfolg in der Formel 1 die Marke Mercedes pusht
- 2015 – 3** *Sarah Jürgens & Gerd Nufer:*
Erfolgsfaktoren der identitätsorientierten Markenführung
am Beispiel von Borussia Dortmund
- 2015 – 4** *Gerd Nufer:*
Der FIFA-Skandal und die Rolle der Sponsoren
- 2015 – 5** *Gerd Nufer & Luiz Zuch:*
Connected Stadium: Der Nutzen vernetzter Sport-Arenen
- 2016 – 1** *Gerd Nufer:*
Besonderheiten von Sportkonsumenten aus Marketing-Sicht
- 2016 – 2** *Gerd Nufer & Fabian Rützel:*
Guerilla Marketing im Sport
- 2016 – 3** *Gerd Nufer:*
Fan-Proteste gegen überhöhte Ticketpreise in Fußball-Stadien
- 2016 – 4** *Gerd Nufer & André Bühler:*
Markenmanagement im Profi-Fußball
- 2016 – 5** *Gerd Nufer:*
Ambush Marketing im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft 2016
- 2016 – 6** *Gerd Nufer & Laura Engels:*
Aktuelle Trends im Sportsponsoring
- 2016 – 7** *Gerd Nufer & Fabian Rützel:*
Best Practices im Sportsponsoring

- 2017 – 1** *Gerd Nufer:*
Die Macht der Sportsponsoren: Einflussnahme, Korruption, Doping
- 2017 – 2** *Gerd Nufer:*
Maskenball mit Aubameyang
- 2017 – 3** *Gerd Nufer:*
Atemloses Pfeifkonzert: Warum Helene Fischer beim DFB-Pokalfinale gnadenlos ausgepiffen wurde
- 2017 – 4** *Gerd Nufer:*
Warum Thomas Müller für den FC Bayern München unverzichtbar ist
- 2017 – 5** *Siemen Schmidt:*
Im wirtschaftlichen Abseits: Marktbesonderheiten und die Rolle von Stakeholder-Bailouts in der Restrukturierung von professionellen Fußballunternehmen
- 2018 – 1** *Gerd Nufer:*
Sport und Marken
- 2018 – 2** *Gerd Nufer:*
Die neuen Geldgeber der FIFA
- 2018 – 3** *Gerd Nufer:*
Warum die Kunst-Marke "Die Mannschaft" für die Überkommerzialisierung des DFB steht
- 2019 – 1** *Gerd Nufer & André Bühler:*
Warum Sponsoren in Bildung und nicht nur in Banden investieren sollten

ISSN (print): 2195-8793
ISSN (online): 2196-0372

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SPORT MARKETING

Wissenschaftlich – Unabhängig – Professionell

Das Ziel des Deutschen Instituts für Sportmarketing (DISM) ist die professionelle Weiterentwicklung und Stärkung des Fachs Sportmarketing in Wissenschaft und Praxis. Das DISM verfolgt dabei konsequent die Absicht eines „doppelten Brückenschlags“: zwischen Sport und Wirtschaft auf der einen Seite und zwischen Theorie und Praxis auf der anderen.

Das DISM bietet für Sportvereine, Sportverbände, Sportsponsoren, Dienstleistungs- und Medienunternehmen wissenschaftliche **Beratung** zu allen Themenbereichen des Sportmarketing sowie **Schulungen und Weiterbildungsveranstaltungen** zum Sportmarketing für Entscheidungsträger und Mitarbeiter an. Darüber hinaus bietet das DISM **Unterstützung** bei der Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Sport sowie wissenschaftlich fundierte Problemfeld-, Potential- und Imageanalysen im Bereich des Sportmarketing an.

Direktoren des Deutschen Instituts für Sportmarketing:



Prof. Dr. Gerd Nufer
ESB Business School
Reutlingen University



Prof. Dr. André Bühler
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Weiterführende Informationen unter:

<http://www.sportmarketing-institut.de>

Kontakt:

Deutsches Institut für Sportmarketing
c/o Prof. Dr. Gerd Nufer
Alteburgstraße 150
D-72762 Reutlingen
info@sportmarketing-institut.de